

## ARBEITSBLATT 1

### Einkaufen als Erlebnis?

**Aufgabe 1: Lückentext** – Lies den folgenden Text und fülle die Lücken aus. Dann beantworte die Frage am Ende.

#### Schöne neue Welt

Konsumenten erwarten vom ..... heute wesentlich mehr als die reine Grundversorgung mit ..... des täglichen Bedarfs. Der Einkauf soll auch ....., soziales Event oder gar .....sein. Das stellt Handelsunternehmen vor ständig neue Herausforderungen: Wie lassen sich vielschichtige ..... immer wieder neu begeistern? Wie lässt sich der Verkauf von Produkten als Erlebnis inszenieren? Welchen Einfluss hat die Einkaufsumgebung auf die .....?

*Erlebnis – Freizeitbeschäftigung – Handel – Käufergruppen – Kaufentscheidung – Produkte*

#### Freizeit und Einkauf

Das ....., das heute in vielen Varianten unsere Städte prägt, ist eine Antwort auf die Wünsche und ..... der Verbraucherinnen und Verbraucher. Die vielseitigen ..... vereinen Einkaufs-, ..... und Freizeitangebote unter einem Dach. Gleichzeitig bieten sie den Menschen Möglichkeiten, sich zu treffen und ..... zu erleben. Deshalb dienen Shopping Malls auch als Orte für ..... oder Ausstellungen.

*Bedürfnisse – Gastronomie – Gemeinschaft – Konzerte – Malls – Shoppingcenter*

#### Inszenierung von Produkt und Marke

Um ihre ..... zu inszenieren und den ..... Erlebnisse zu bieten, setzen Handelsunternehmen und ..... zudem auf außergewöhnlich gestaltete ..... Beispielhaft hierfür sind etwa die ..... von Apple, Nike oder Abercrombie & Fitch. In diesen reinen Markenstores stehen ..... und Emotion im Vordergrund und tragen zu einem Einkaufserlebnis bei.

*Entertainment – Geschäfte – Konsumenten – Marke – Hersteller – Verkaufswelten*

**Welche Arten von Verkaufsstellen sind in dem Text genannt?**

.....

## Aufgabe 2: Ortserkundung in Gruppen

- a) Tauscht euch darüber aus, welche Läden/Shops/Malls ihr bevorzugt.
- b) Dann bildet Gruppen mit gleichen Vorlieben.
- c) Einigt euch auf maximal zwei verschiedene Shops.
- d) Besucht die Shops und notiert in einem Protokoll, wie der Shop gestaltet ist.  
Ihr könnt auch fotografieren, sofern die Geschäftsführung es erlaubt. (Also erst fragen!)

## FORMULAR ORTSERKUNDUNG

Gruppe ..... Namen: .....

**Protokoll: Shop** \_\_\_\_\_

1	Branche	
2	Wichtige Produkte	
3	Art des Shops	
4	Größe der Fläche (kleiner Shop – Shoppingcenter)	
5	Raumaufteilung (schmale Gänge – breite Laufflächen)	
6	Warenpräsentation (in Regalen, Verkaufsschrägen, Wühltischen, Kisten, Ständern, an der Wand)	
7	Licht	
8	Vorherrschende Farbe (hell – dunkel)	
9	Dekorationsmaterial	
10	Vorherrschende Formen (rund – zackig, schmal – breit)	
11	Sound, Musik	
12	Was ist noch wichtig: zum Beispiel Gastronomie- oder Freizeitangebote?	

Was davon macht den Shop für uns zu einem Erlebnis?

.....

.....

.....

## ARBEITSBLATT 2

### Aufgabe 3: Gestaltung eines Shops

Bei der Ortserkundung habt ihr die Gestaltungselemente einer Einkaufsumgebung analysiert. Gestaltet nun eure optimale Einkaufsumgebung als Kunstobjekt in verkleinertem Maßstab, wahlweise als Collage, 3-D-Objekt, mit Vorkenntnissen auch am PC. Zum Schluss gebt dem Objekt einen Namen.

### Aufgabe 4: Beschreibung des Objekts

auf einem Plakat:

- a) Beschreibt euer Objekt und begründet eure Entscheidungen für die Gestaltungselemente, wie sie im Formular Ortserkundung genannt sind.

Wenn ihr Gestaltungselemente verwendet habt, die ihr in keinem Shop vorgefunden und selbst entwickelt habt, kennzeichnet und begründet sie gesondert.

- b) Nehmt auch persönlich Stellung und sagt, welche Bedürfnisse die Gestaltung des Shops für euch erfüllt, zum Beispiel:

Ich finde ..... (Beispiel für ein Gestaltungselement) cool,  
weil ich dann ..... tun kann  
oder weil es mir das Gefühl gibt, dass ich .....

### Aufgabe 5: Ausstellung

Präsentiert eure Arbeit und hängt dazu das Plakat mit der Beschreibung auf.

## AUSSTELLUNG UND AUSWERTUNG

Die nächste Arbeitsphase findet in der ganzen Klasse statt.

### Ausstellung

Die Objekte mit zugehörigem Plakat werden ausgestellt und von allen besichtigt.

### Präsentation

Die Gruppen präsentieren ihr Objekt und begründen ihre Entscheidungen vor der Klasse.

### Rundgespräch

Die SuS äußern ihre Meinung zu den Objekten der anderen Gruppen und begründen ihren persönlichen Eindruck zu einer Gestaltung aus der Objektstruktur.

### Ergebnisse zusammenfassen

Die folgende Aktion kann auch als Aufgabe an eine Gruppe oder die Klasse gestellt werden.

1. Die Ergebnisse werden in einer Tabelle (großes Plakat) festgehalten;
  - in den Zeilen: Gestaltungselemente (wie Zeilen 5 bis 12 des Formulars Ortserkundung),
  - in den Spalten: Gruppen A bis X mit Angaben zur Anzahl Jungen (m) oder Mädchen (w).
2. Die Gruppen tragen ihre Gestaltungselemente in ihre Spalte ein.
3. Die am häufigsten benannten Gestaltungselemente werden markiert.

### Ergebnisse gewichten

4. Die SuS vergeben Punkte für die Gewichtung der Gestaltungselemente: Jede/-r bekommt drei farbige Klebepunkte, eventuell nach Mädchen und Jungen unterschiedlich, und klebt sie in die Zeile der persönlich wichtigsten Gestaltungselemente.

### Auswerten

5. Gibt es Unterschiede in den Vorlieben und der Gestaltung von Jungen und Mädchen?
6. Gibt es Gestaltungselemente, die alle Gruppen gleichermaßen ansprechen?

### ARBEITSBLATT 3

#### Aufgabe 6: Gestalter/-in für visuelles Marketing

Einzelarbeit

Gestalter/-in für visuelles Marketing ist ein Ausbildungsberuf im Handel. Aufgabe ist die Gestaltung von Dekorationen in Schaufenstern und Verkaufsräumen.

Die Aufgabe:

Stell dir vor, du bist Gestalter/-in für visuelles Marketing und sollst einen Shop gestalten für eine Zielgruppe von 11- bis 14-Jährigen (wahlweise Jungen oder Mädchen oder beide).

Deine Entscheidung für die Zielgruppe

.....

Wie würdest du vorgehen?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## Aufgabe 7: Was habe ich gelernt zum Thema Einkaufen als Erlebnis?

### Einzelarbeit

Was verstehe ich unter einem Einkaufserlebnis?	
Welche Beispiele für eine Einkaufsumgebung fallen mir ein?	
Welche Gestaltungselemente machen für mich das Einkaufserlebnis aus?	
Wenn ich shoppen gehe, ist es für mich am wichtigsten, dass ...	
In einer tollen Einkaufsumgebung kaufe ich schon mal etwas, was ich gar nicht brauche, zum Beispiel ...	
Welchen Einfluss hat die Einkaufsumgebung auf meine Kaufentscheidung?	
Dass viele Shops aufwendig gestaltet sind, finde ich gut, weil ...	
Aufwendig gestaltete Shops finde ich nicht gut, weil ...	
Ich nehme mir vor, dass ich ...	
Ich fand die Stunden zum Einkaufen als Erlebnis: sehr gut <input type="checkbox"/> gut <input type="checkbox"/>	..., weil:

nicht gut <input type="checkbox"/> Hinweis: Bitte Begründung nennen	
--	--

